

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya mengenai strategi pengembangan daya tarik wisata kebun kina Bukit Unggul di Kabupaten Bandung, peneliti dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, kondisi daya tarik wisata melalui kuisioner yang telah dipaparkan di BAB IV, faktor faktor yang menjadi kekuatan adalah bahwa kondisi atraksi yang masih dalam tingkat yang baik, kondisi fisik, kesesuaian kondisi lingkungan dan zonasi dalam tingkat yang baik, potensi wisata alam yang masih dapat dikembangkan dikarenakan ketersediaan lahan yang luas dan belum dioptimalkan secara maksimal. Keterlibatan masyarakat didalam area lokasi wisata yang mendukung apabila pengelola melakukan program swadaya. Sedangkan kelemahan di lokasi wisata ini adalah aksesibilitas menuju kawasan dalam tingkat yang buruk, kegiatan promosi kurang gencar dilakukan, rasio jumlah karyawan dan beban pekerjaan kurang seimbang dan manfaat serta kemudahan aksesibilitas antar wisata yang kurang optimal.

Untuk faktor internal terdapat dua faktor yaitu kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness). Untuk kekuatan (strength), latar belakang pendidikan sumber daya manusia rata rata adalah keluaran SMA/Sederajat dan berada dalam tingkatan cukup. Pengalaman SDM rata rata sudah 20 tahun bekerja di Bukit Unggul. Berada dalam kategori sangat baik. Artinya sudah dengan baik mengenal areal Bukit Unggul. Kerjasama dengan travel sudah beberapa kali dilakukan. Berada dalam tingkatan cukup. Pengelolaan keuangan berada dalam tingkatan cukup. Pemenuhan fasilitas kantor berada dalam tingkatan cukup berbanding dengan kebutuhannya. Budaya kerja gotong royong berada dalam tingkatan cukup.

Untuk kelemahan (weakness), Usia produktif bekerja dan kreatif sumber daya manusia masih terbilang cukup. Jumlah sumber daya manusia masih dalam kategori kurang. Dengan areal yang cukup luas, tempat wisata ini seharusnya memiliki sumber daya manusia yang lebih banyak. Beban kerja pada karyawan pun menjadi masalah dalam faktor internal ini. Strategi marketing di media onlinepun masih dalam kategori kurang. Hal ini diketahui dari observasi dimana pengelola baru memasarkannya melalui media sosial namun kurang dilirik masyarakat luas. Uang yang ditransformasikan untuk pemenuhan kebutuhan wisata pun masih terbilang kurang. Beberapa fasilitas yang kurang layak dapat diketahui juga melalui hasil kuisioner mengenai fasilitas. Jumlah fasilitas kantor masih dalam kategori cukup berhubungan dengan sumber daya manusianya yang sedikit. Inovasi dalam bekerja terbilang dalam kategori baik. Mulai dibuatnya beberapa ketentuan wisata terutama dalam hal atraksi sudah dimulai tahun belakangan ini.

Untuk faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunity) dan ancaman (threat). Untuk peluang (opportunity) terdiri dari beberapa faktor yaitu, Kebijakan pemerintah dalam pengembangan wisata dalam kategori cukup. Walaupun tidak menggembor gemborkan secara luas, namun fasilitas penyediaan database cukup untuk pemasaran suatu lokasi wisata. Tren wisata dalam kategori baik. Banyaknya lokasi wisata yang berkembang terutama wisata alam menjadi sinyal bagus bagi industri wisata baru untuk bersaing dan mendapatkan target segmen wisatawan. Pemenuhan kebutuhan wisata dari stake holder dalam kategori baik. Fasilitas dan atraksi yang disediakan dibuat oleh stake holder. Tanpa bantuan stakeholder, Wisata Bukit Unggul tak akan berjalan dengan pesat pada awal perkembangannya. Kondisi alam sebagai daya tarik wisata dalam kategori baik. Kondisi lingkungan yang masih asri menjadi daya tarik wisata pendukung dari Wisata Bukit Unggul. Repeater guest berada dalam kategori baik. Dapat dilihat dari hasil rekapitulasi kuisioner wisatawan bahwa pengunjung kebanyakan adalah pengunjung yang setidaknya sudah ke lokasi wisata ini lebih dari sekali.

Sedangkan ancaman (threat), terdiri dari beberapa faktor yaitu Kebijakan pemerintah dalam pembangunan akses wisata dalam kategori cukup walaupun ada beberapa jalan yang belum diperbaiki. Persaingan lokasi wisata dalam kategori yang buruk/kurang menguntungkan bagi wisata Bukit Unggul. Banyaknya lokasi yang muncul baik sudah lama ataupun baru dengan pemasaran yang luar biasa menjadi ancaman yang cukup buruk bagi Bukit Unggul. Kebijakan dengan stakeholder mengenai finansial dalam kategori buruk karena sebagian besar/ hampir seluruhnya keuntungan diambil stake holder sehingga uang yang dialokasikan untuk pemenuhan kebutuhan wisata seperti perawatan, inovasi atraksi pun menjadi sangat minim. Resiko bencana alam dalam kategori cukup. Wilayah sekitar bukit Unggul seperti lembang beberapa kali terkena bencana longsor ataupun banjir. Namun bagi Bukit Unggul sendiri bencana yang terasa hanya seperti luapan air sungai apabila hujan besar dan mengganggu akses menuju Bukit Unggul. Kurangnya segmen wisatawan dalam kategori buruk. Segmen wisatawan yang mendominasi berasal dari masyarakat sekitar, mengindikasikan bahwa jenis segmen wisatawan minim dan juga mengindikasikan kurangnya promosi.

Dengan kuadran SWOT, dapat ditentukan bahwa Wisata Kebun Kina Bukit Unggul berada dalam kuadran 1 yaitu diskala 0,44:0,15. Nilai yang tidak mencapai nilai 1 menyimpulkan bahwa kondisi internal masih dalam kondisi yang baik meskipun terdapat kekurangan kekurangan yang harus diperbaiki ataupun dikembangkan

Hambatan dalam pengembangan wisata di Bukit Unggul seperti kebijakan dengan *Stakeholder*, kesulitan akses bagi kendaraan pribadi serta kendaraan umum, persaingan wisata di Kabupaten Bandung, menjadi hambatan yang cukup besar bagi pengelolaan wisata di Bukit Unggul. Faktor tersulit adalah kebijakan dengan *stakeholder* yang kurang menguntungkan bagi pengelola terutama dalam hal finansial

Strategi yang ideal dikembangkan di Bukit Unggul melalui strategi kekuatan – peluang (*Strength-Opportunity*) adalah memanfaatkan kebijakan pemerintah dalam pengembangan wisata dengan memaksimalkan latar belakang pendidikan dan

pengalaman sumber daya manusia, memaksimalkan tren wisata alam yang sedang berkembang melalui kerjasama travel dengan menonjolkan kondisi alam sebagai daya tarik wisata, terus menstabilkan finansial kantor dan menjaga operasional kantor yang telah disediakan *Stakeholder* dengan *maintenance* berkala, menjaga daya tarik wisata dengan budaya gotong royong. Artinya, karyawan dapat fleksibel untuk mengurus bidang lainnya dan menjaga repeater guset dalam kenyamanan berwisata.

Selanjutnya, strategi Kekuatan-Ancaman (*Strength-Threat*) adalah mengajukan proposal untuk memperbaiki akses ke Bukit Unggul pada pihak yang berwenang, ikut dalam persaingan wisata di sekitar Wisata Bukit Unggul dengan kerjasama Travel, meminta pembagian keuntungan yang berimbang dalam hasil dari Wisata Bukit Unggul terhadap pihak *stakeholder* untuk memajukan dan merawat daya tarik wisata di Wisata Bukit Unggul, menanggulangi resiko bencana alam dengan bekerja sama baik dengan *stakeholder* maupun masyarakat sekitar untuk tidak mengeksploitasi area area yang rawan bencana.

Strategi Kelemahan – Peluang (*Weakness-Opportunity*) adalah mengajukan penambahan jumlah sumber daya manusia yang berlatar belakang wisata, setelah mengajukan jumlah sumber daya manusia, pengelola juga hendaknya menambah jumlah fasilitas kantor, pemasaran melalui metode “*Word To Mouth*” baik secara verbal ataupun yang dilakukan melalui media sosial yang digunakan *repeater guest*, memanfaatkan kondisi alam dengan menambah spot untuk mengabadikan gambar bagi wisatawan untuk diunggah ke media sosial dengan mengoptimalkan sumber daya yang ada, mengembangkan lokasi wisata secara fisik dan menaikkan jumlah masyarakat sadar wisata.

Terakhir, Strategi Kelemahan – Ancaman (*Weakness-Threat*) adalah meminta pemerintah memperbaiki akses menuju Bukit Unggul untuk menaikkan minat berkunjung, bersaing dengan lokasi wisata lain melalui pelayanan wisata dengan menambah jumlah sumber daya manusia, Kebijakan *stakeholder* mengenai pembagian hasil untuk menambah jumlah uang yang dapat ditransformasikan untuk kebutuhan wisata untuk kenyamanan wisatawan

Strategi yang dipaparkan adalah hasil dari kuadran SWOT yang menghasilkan strategi progresif berdasarkan posisi Wisata Kebun Kina Bukit Unggul yang berada dalam di kuadran 1. Strategi progresif adalah strategi yang sangat dimungkinkan untuk terus melakukan pengembangan dan meraih kemajuan secara maksimal..

B. Rekomendasi

Rekomendasi dari penulis bagi pengelola adalah terus menjaga kondisi internal perusahaan baik finansial maupun karyawan untuk menjaga jalannya Wisata Bukit Unggul. Terus melakukan perawatan atraksi dan fasilitas wisata yang dirasa kurang bagi kenyamanan wisatawan.

Diharapkan bagi pengelola untuk mau dan mampu mengaplikasikan strategi yang telah dipaparkan untuk mengembangkan Wisata Kebun Kina Bukit Unggul. Pengelola perlu melibatkan semua pihak yang berkepentingan mengeluarkan kebijakan mengenai wisata di area baik secara internal maupun eksternal yang mempunyai keterlibatan langsung dengan keberlangsungan jalannya wisata baik didalam maupun sekitar Wisata Kebun Kina Bukit Unggul. Pihak pengelola harus bisa menjadi mediator antara *stakeholder* dan pihak luar seperti instansi pemerintah.

Kepentingan yang bisa sepenuhnya dilakukan pengelola adalah memberdayakan sumber daya manusia untuk mengikuti seminar seminar wisata agar dapat mempelajari bagaimana suatu lokasi wisata dapat berkembang.